

*DAC- DECVA -INF-201-2019*

*Informe*

**VERIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD  
AUTOS  
2019**



Elaborado por: María Esther Caravaca Fray  
Revisado por: Kattia Chaves

**SAN JOSÉ, 2019**

## I. INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, a través de la Dirección de Apoyo al Consumidor, por medio del Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo, realizó una fiscalización de la publicidad en el sector de autos nuevos, con el fin de comprobar el cumplimiento de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley 7472), y su Reglamento, Decreto Ejecutivo N° 37899-MEIC, en la divulgación e información publicitaria que se brindó al consumidor durante el mes de Marzo 2019 en materia de venta de autos nuevos y usados, para tomar así las medidas correctivas de manera inmediata.

La presente fiscalización se desarrolló con la revisión de anuncios escritos, publicados en los medios de mayor circulación nacional entre ellos La Nación, La Extra, La República, sobre el análisis verso sobre el análisis de veinticinco anuncios publicitarios y se realizó del 11 al 29 de marzo del 2019.

Con estas verificaciones, pretendemos cumplir con nuestros objetivos institucionales, de velar por la protección de los intereses del consumidor, implementando políticas de carácter preventivo y correctivo en el comercio, en aras de que se cumplan los derechos del consumidor y las obligaciones de quienes ejercen el comercio de bienes y servicios.

## II. OBJETIVOS

Analizar el cumplimiento de la Ley 7472 y su Reglamento en materia de presentación de la información y publicidad en los anuncios de periódicos alusivos a la venta de automóviles correspondientes al mes de Marzo 2019.

## III. LEGISLACIÓN APLICABLE

El presente estudio se enmarca en la siguiente normativa de la Ley 7472:

**Artículo 34, inciso b:** "Informar suficientemente al consumidor, en español, de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo".

**Artículo 37.- Oferta, promoción y publicidad.** La oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios debe realizarse de acuerdo con la naturaleza de ellos, sus características, condiciones cuando corresponda, utilidad o finalidad, de modo que no induzca a error o engaño al consumidor. (...) Deben prevalecer las cláusulas estipuladas en los contratos, si son más beneficiosas que el contenido de la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios. (...) se tiene por engañosa la que omita cualquier elemento necesario para determinar el valor real de los productos.

**Artículo 41.- Promociones y ofertas especiales.**

Toda promoción u oferta especial debe indicar el precio anterior del bien o el servicio, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas, obtendría el consumidor.

**Artículo 47.—Sobre los precios al contado.**

En el caso de los bienes, deberá indicarse el precio al contado (...). Los servicios comerciales deben exhibir sus precios de manera llamativa y fácilmente visibles, mediante listas, carteles, menús u otros. En ambos casos, deberá indicarse el precio al contado en la publicidad, cuando esta tenga por objeto promocionar la venta de bienes o servicios determinados.

En lo que respecta a la publicidad el **Reglamento** a la Ley 7472 nos indica en sus artículos:

**Artículo 93.—Sobre los precios (...)**

Asimismo, cuando el ofrecimiento se realice en moneda extranjera, deberá informar al consumidor de forma visible, clara y oportuna que el tipo de cambio aplicable a la transacción, corresponde al de referencia de venta del Banco Central de Costa Rica, de conformidad con lo establecido en el artículo 48 de la Ley Orgánica del Banco Central, Ley N° 7558.

**Artículo 112.—Sobre la publicidad.** Todos los comerciantes y proveedores de bienes o servicios deben ofrecer, promocionar o publicitarlos de acuerdo con su naturaleza, sus características, condiciones, contenido, peso, precio final cuando corresponda, utilidad o finalidad, de modo que no induzca a error, abuso o engaño al consumidor. No puede omitirse ninguna información, si de ello puede derivarse daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.

Toda promoción u oferta especial debe indicar el precio anterior del bien o el servicio, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas, obtendría el consumidor y cualquier limitación o restricción que implique la oferta.

(...) Si la promoción u oferta está sujeta a limitaciones o restricciones de cualquier índole, así se deberá indicar en la publicidad.

**Artículo 113.—Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad**

- i) El comerciante o proveedor deberá informar la vigencia de la promoción, así como garantizar la existencia de lo promocionado durante la vigencia de la misma.
- j) En la oferta, el comerciante o proveedor deberá además informar la cantidad de producto o artículos disponibles durante su vigencia cuando se trate de cantidades limitadas.

#### IV. VARIABLES A FISCALIZADAS

Las variables analizadas fueron las siguientes:

- Información sobre precios de contado
- Precios en dólares
- Cantidad de existencias

- Fecha de vigencia

## V. MÉTODO DE TRABAJO

Para verificar el cumplimiento de la normativa aplicable se procedió de la siguiente forma:

- **Primera etapa:** Revisión de la publicidad, para ver si se detectan incumplimientos en materia de información. Se le incluye su plantilla de análisis de publicidad a cada uno.
- **Segunda etapa:** Elaboración de base de datos
- **Tercera etapa:** Si se encuentra alguna falta en materia de publicidad, se procede a llamar a cada empresa para solicitar información, nombre del representante legal, correo electrónico.

Luego se les remite prevención, mediante oficio, por medio de correo electrónico a oficinas centrales de los establecimientos, que se encontraron con algún tipo de incumplimiento.

- **Cuarta etapa:** Elaboración y redacción del informe final.

El análisis de la publicidad se basó en la revisión de anuncios del 11 al 29 de marzo del 2019.

Se analizaron un total de **veinticinco anuncios**.

A continuación, se presenta el detalle:

**Cuadro 1:  
Publicidad verificada que cumple, 2019**

#	PUBLICIDAD	MEDIO
1.	Grupo Danissa	La Nación
2.	Volkswagen	La Nación
3.	Toyota PM Grupo	La Nación
4.	Nissan	La Nación
5.	Nasa (Ford Edge)	La República
6.	Nasa Explorer	La República
7.	Automotriz Jetta	La República
8.	Nacional Automotriz Everest	La República
9.	Volkswagen Amarok	La República
10.	Quality Motors Kia	La Nación
11.	Nasa Edge	La Nación
12.	Volkswagen	La República
13.	Nacional Automotriz Figo	La Nación
14.	Auto Star	La Nación
15.	Purdy usados	La Nación
16.	Quality Motors Picanto	La Nación
17.	Automotriz Virtus	La República
18.	Nasa Wildtrak	La República
19.	Volkswagen	La República
20.	AC Global Motors	La República
21.	Subaru	La República

**Fuente:** DECVA, Plantillas de análisis publicidad, 2019

## Cuadro 2: Publicidad verificada que incumple, 2019

#	PUBLICIDAD	MEDIO
1.	Grupo Automotriz	La Nación
2.	Usados Veinsa	La Nación
3.	Toyota	La Nación
4.	Nissan	La Republica

### VI. RESULTADOS

Como se pudo observar los anuncios publicitarios analizados este año 2019, de venta de autos, solamente cuatro de ellos presentaron incumplimiento en materia de información en la publicidad.

Con respecto al año 2018 se encontró que se presentaron tres denuncias por Publicidad en materia de autos ante la Plataforma de Apoyo al Consumidor (PACO):

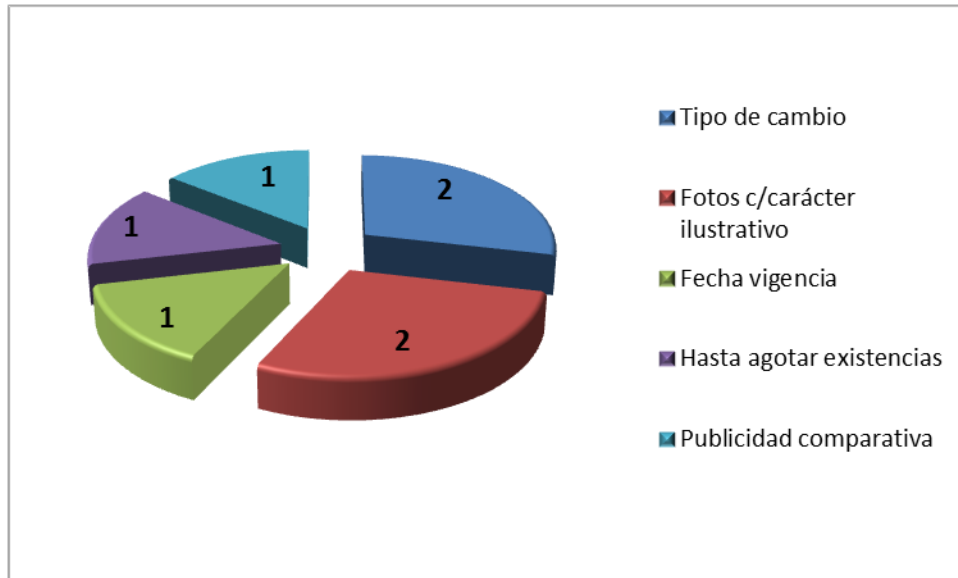
### Denuncias presentadas ante PACO

#### Durante el AÑO 2018

Cantidad de denuncias recibidas	Falta encontrada: No indica el precio anterior y el precio actual*	Incumplen
03	03	03

\*Y como lo indica el artículo 112 del Reglamento a la ley 7472: “toda promoción u oferta especial debe indicar el precio anterior del bien o el servicio, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas obtendría el consumidor”.

### Gráfico 1 Faltas encontradas en los anuncios analizados Año 2019



Se comprueba que las empresas cuyo giro comercial es la venta de autos, han realizado cambios en materia de información al consumidor en su publicidad, en lo respecta a la Ley 7472 y su reglamento.

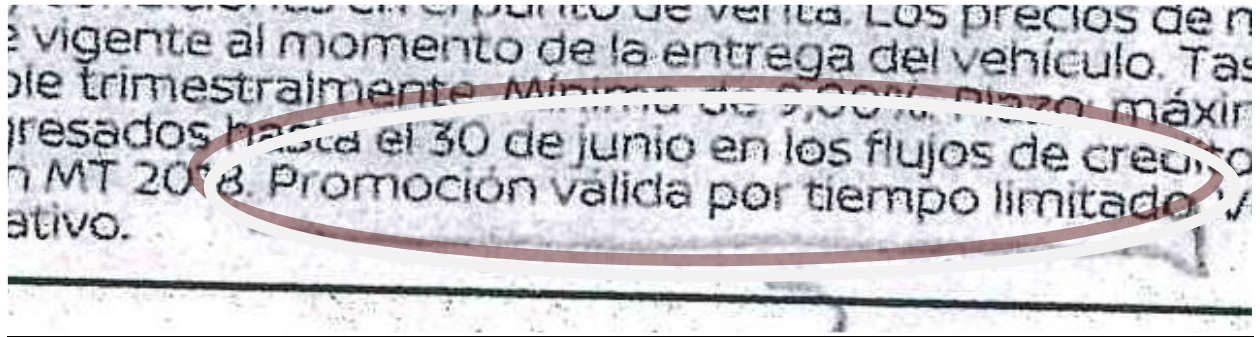
## VI. CONCLUSIONES

- 1-El porcentaje de cumplimiento encontrado en los anuncios analizados, representa el 84% o sea 21 anuncios.
- 2- Solo 4 anuncios incumplen, lo que representan el 16%.
- 3- Se enviaron cuatro prevenciones a los comercios informando, que los anuncios analizados incumplían en el tema de publicidad y solicitando su corrección.



## Ejemplo de publicidad que incumple

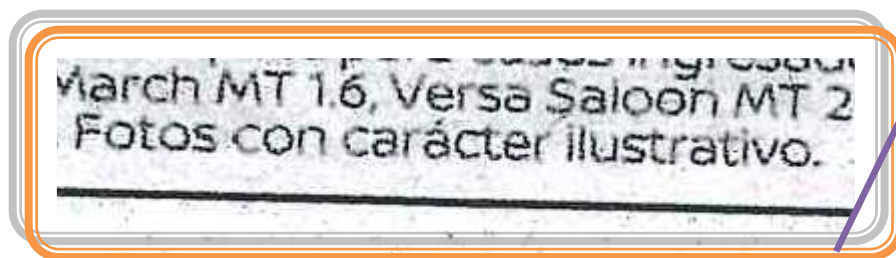
### INFORMACION SOBRE FECHA DE VIGENCIA



**De acuerdo al artículo 113: El comerciante o proveedor deberá informar la vigencia de la promoción, así como garantizar la existencia de lo promocionado durante la vigencia de la misma. La publicidad no puede indicar “por tiempo limitado”. Inicia \_\_\_\_\_ Finaliza \_\_\_\_\_, esto le da certeza jurídica al consumidor.**

### **Veracidad de la Información**

**En la publicidad no se debe indicar “Fotos con carácter ilustrativo”**



**El bien que se publicite en los medios debe ser el que se tiene a disposición de los consumidores, de lo contrario la publicidad podría ser engañosa.**

Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Como se indica en el artículo 115 en su inciso a) “La información debe corresponder a los términos o características reales del bien o servicio ofertado”

### **Ejemplo de publicidad que cumple**

